**Моделирование подсистемы АИС «Маркетинг»**

Бяков Р.А., Кандагалов М.Р., Сироджиддинов Д.(4 курс)

*Ивановский государственный химико-технологический университет*

В данной работе показана возможность автоматизации работы отдела маркетинга машиностроительного предприятия. Автоматизированная система маркетинга может рассматриваться как упорядоченная (в смысле последовательности функционирования и по назначению) совокупность программных модулей и информационных наборов данных, служащих подспорьем в ходе принятия маркетинговых решений управляющим персоналом фирмы или организации.

Функции рассматриваемой подсистемы:

1. Управление товарными изделиями (подфункция «формирование портфеля заказов», включает в себя планирование, учет, анализ, регулирование);
2. Ценообразование:

* расчет только плановой себестоимости;
* учет фактической себестоимости;
* анализ;
* регулирование.

1. Внутренняя функция - реализация симплекс-метода:

* решение задач линейного программирования табличным симплекс-методом;
* анализ устойчивости решения задачи линейного программирования;
* решение систем линейных алгебраических уравнений.

Руководитель: к.х.н., доц. Власов А.П.